



RadioMonitor e l'Emittenza Locale

Il percorso



Il territorio come nuovo centro «fisico»



- ✓ L'individualità è il nuovo paradigma sociale.
- ✓ Il benessere e l'affermazione sociale partono dal sé.
- ✓ Un sé che guarda verso gli altri, verso contesti che sono da un lato virtuali e dall'altro fisici.
- ✓ Immerso nel proprio territorio, con grandissima attenzione a quanto lo circonda: ambiente, alimentazione, intrattenimento, arte, cultura, artigianato.
- ✓ Quindi anche «mood»: musica, dialetto. L'informazione locale è parte di questo.
- ✓ Non solo ripiegamento, ma in una logica di fusione, una sintesi glocal per trovare slancio e stimolo.

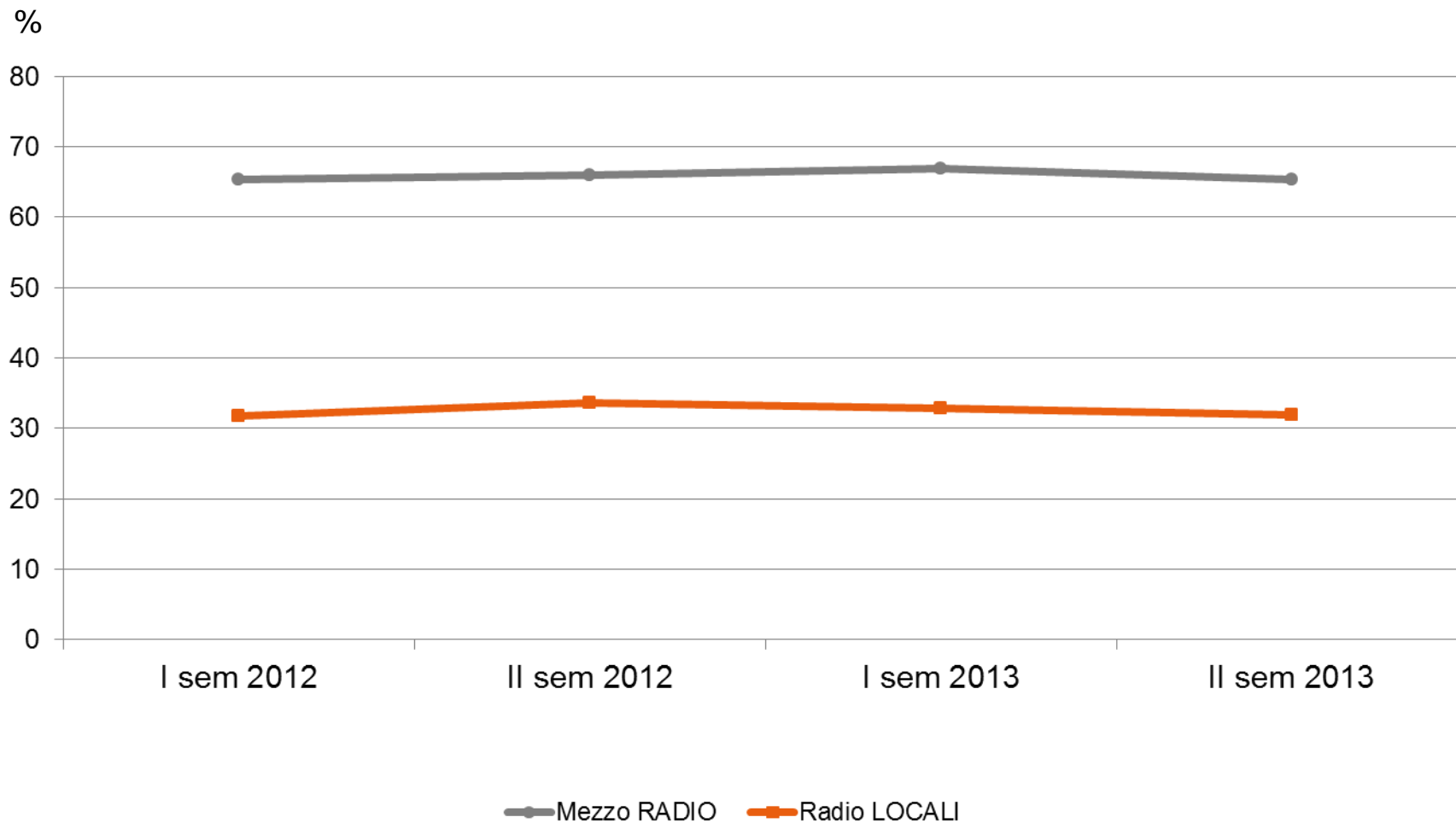
Il territorio come nuovo centro «fisico»



- ✓ In una società che tuttavia sta cambiando, diventando sempre più infedele, aperta a nuovi stimoli, multimediale.
- ✓ Dove i vecchi mezzi sono in contrazione.
- ✓ Da un lato per l'affermarsi di stili di vita sempre più frenetici, che lasciano meno spazio/tempo per informarsi e intrattenersi.
- ✓ Dall'altro perché soffrono la concorrenza dei nuovi mezzi, più «individuali».
- ✓ Fra i mezzi tradizionali, la radio «tiene» per via della capacità di sovrapporsi alle altre attività.

Le radio locali in Italia

RadioMonitor – ascoltatori nel giorno medio





I dati della RADIO

RadioMonitor - Indagine CATI



La più grande fonte dati al momento disponibile per il mercato radiofonico locale è certamente l'indagine RadioMonitor CATI.

Attraverso questa ricerca vengono rilevate dal 2012 oltre 270 radio locali, con un campione nazionale di 120.000 casi appositamente studiato per meglio rappresentare le piccole realtà locali (province minori).

I dati che presenteremo di seguito si riferiranno quindi ai dati dell'anno 2013 della ricerca RadioMonitor (ultimi dati pubblicati).

RadioMonitor...

Indagine CATI



- Progettata nel 2011 e attiva dal 2012 è una **grande indagine CATI** composta da 120.000 interviste, con un campione studiato per rilevare nel modo più affidabile sia le **Radio Nazionali** che quelle **Locali**.
- L'universo di riferimento è la popolazione italiana di **14 e oltre**.
- La rilevazione è condotta **sia su telefoni fissi sia mobili**.
- Il campionamento è definito per quote di **provincia, ampiezza centro, sesso, età, tipo giorno, possesso o meno della linea fissa**.
- A **livello territoriale**, i comuni sopra i 5.000 residenti sono tutti campionati. Per i restanti comuni viene adottata la metodologia dell'aggregazione comuni virtuali di ampiezza demografica pari a 5.000 abitanti circa.
- Viene rilevato, tramite dichiarazione, **l'ascolto settimanale e l'ascolto quotidiano** (a totale che per quarto d'ora).
- Vengono inoltre raccolti i dati sociodemografici e tutte le variabili necessarie per la riclassificazione di ciascun individuo sulla **Grande Mappa**.

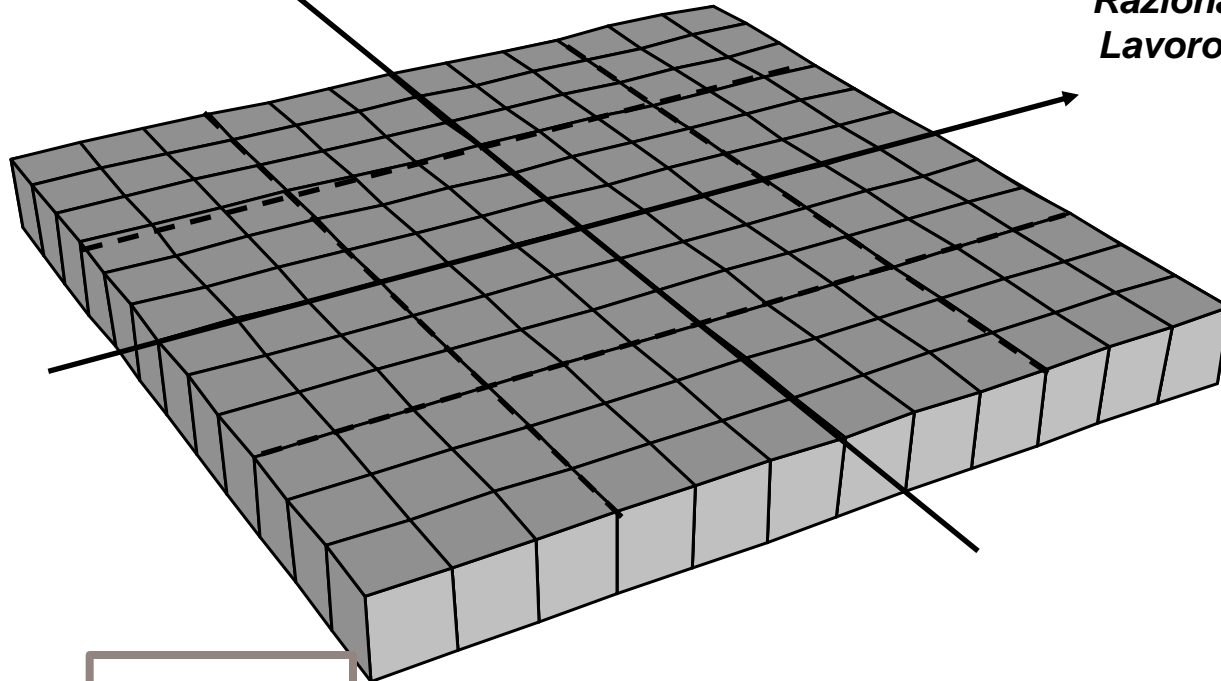
La Grande Mappa: le due dimensioni

I TRATTI "MORBIDI":
***Cultura, Moderazione,
Riflessione, Affetti, Emozioni,
Amore, Eleganza, Aspetto***

**Protagonismo
sociale**

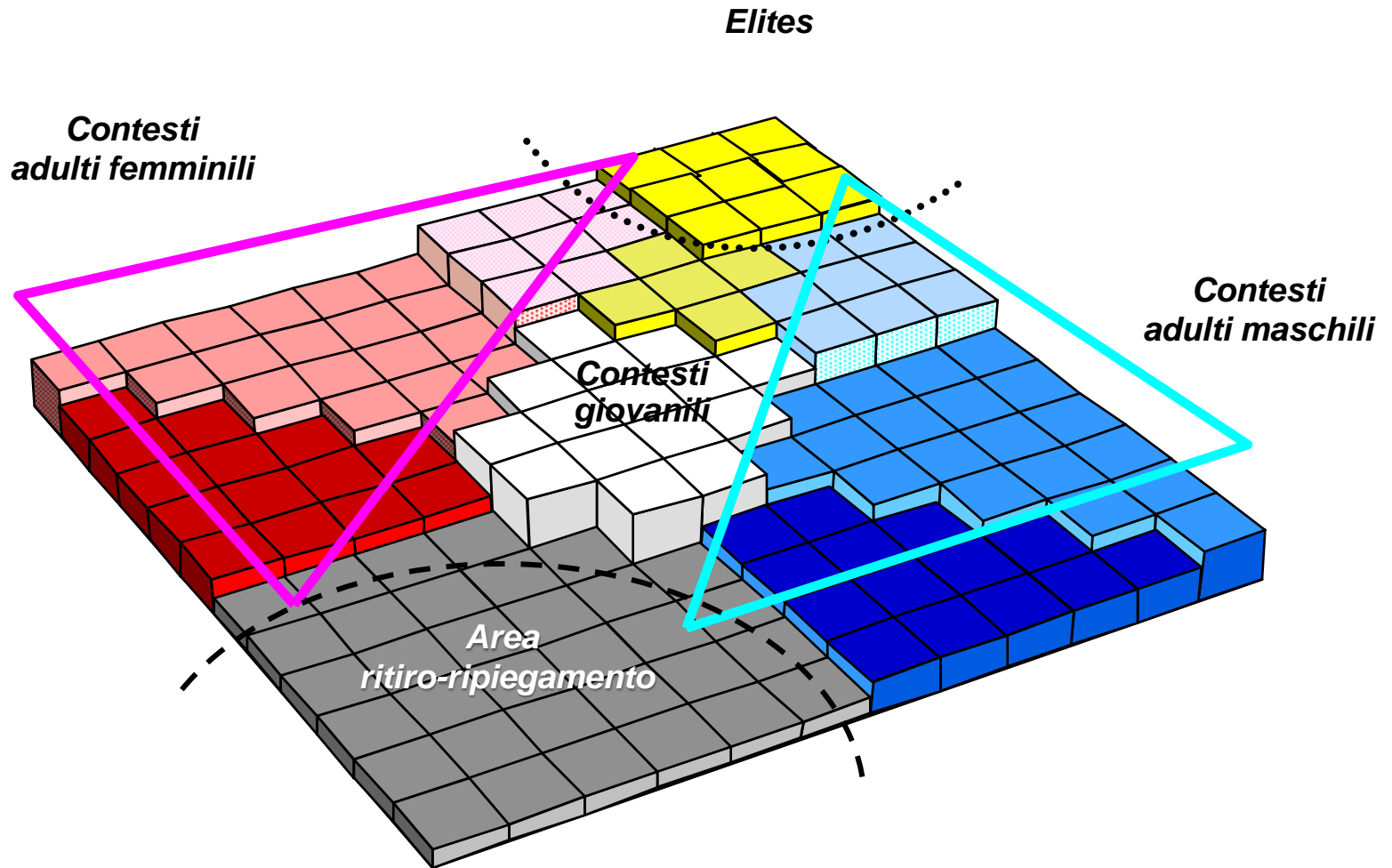
I TRATTI "DURI":
***Confronto sociale,
Competizione, Forza,
Razionalità, Ricchezza,
Lavoro, Sport, Piacere***

**Donazione
agli altri**

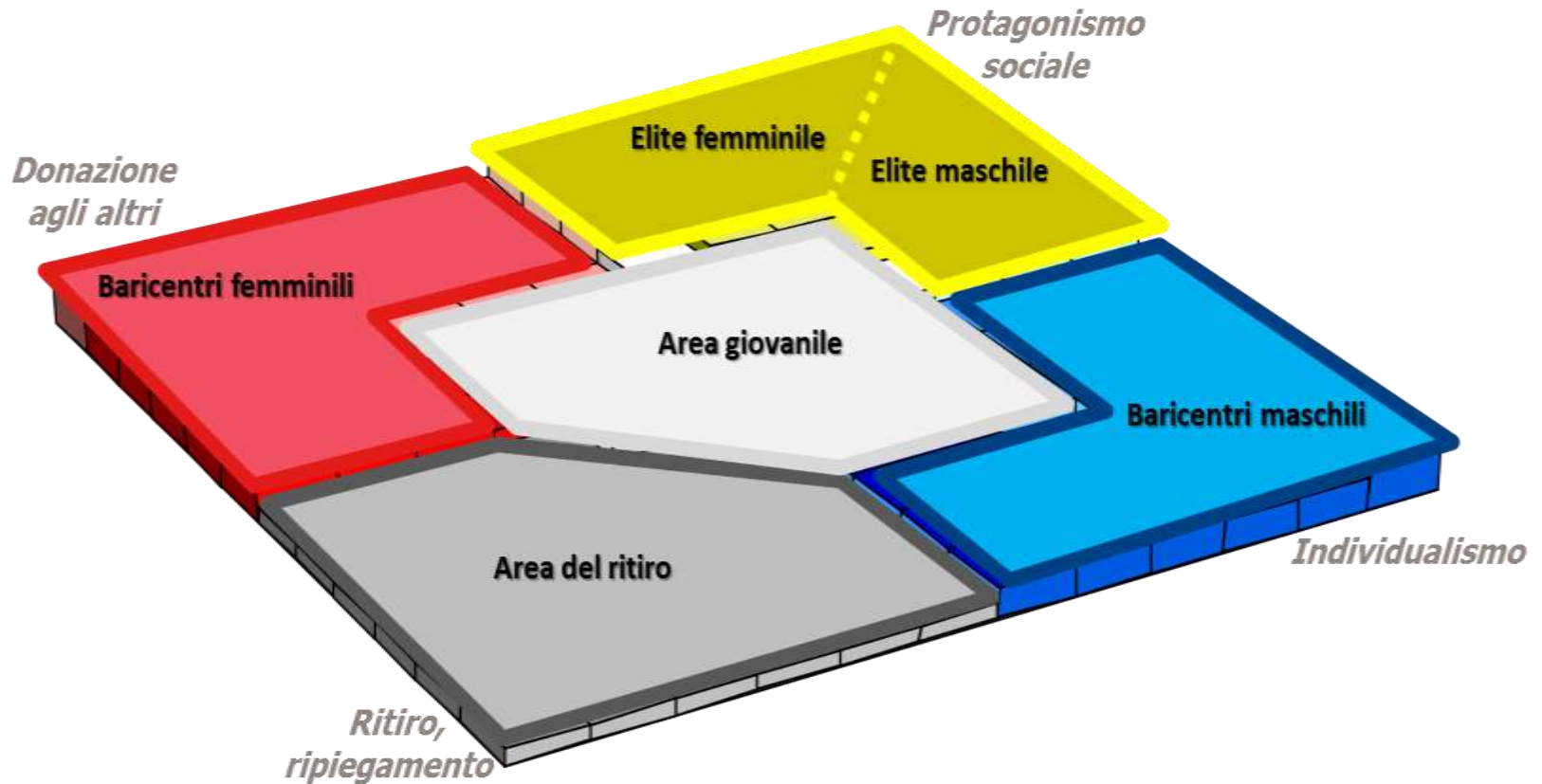


**Ritiro,
ripiegamento**

La Grande Mappa: le due dimensioni



La Grande Mappa: le differenti aree



Il posizionamento dei mezzi

LA RADIO



**Contesti
adulti femminili**



Elites



**Area
ritiro-ripiegamento**



**Contesti
adulti maschili**

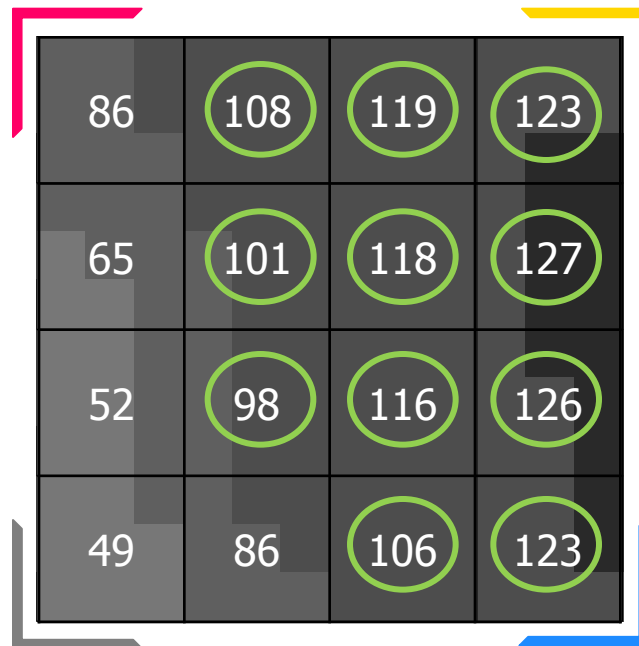
Il posizionamento dei mezzi

LA RADIO



Totale ascoltatori RADIO

66,2% ascoltatori nel giorno medio



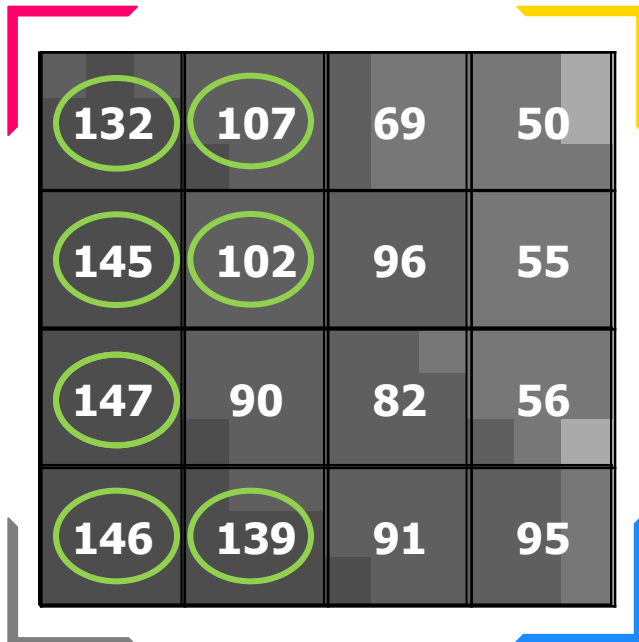
Il posizionamento dei mezzi

LA TELEVISIONE

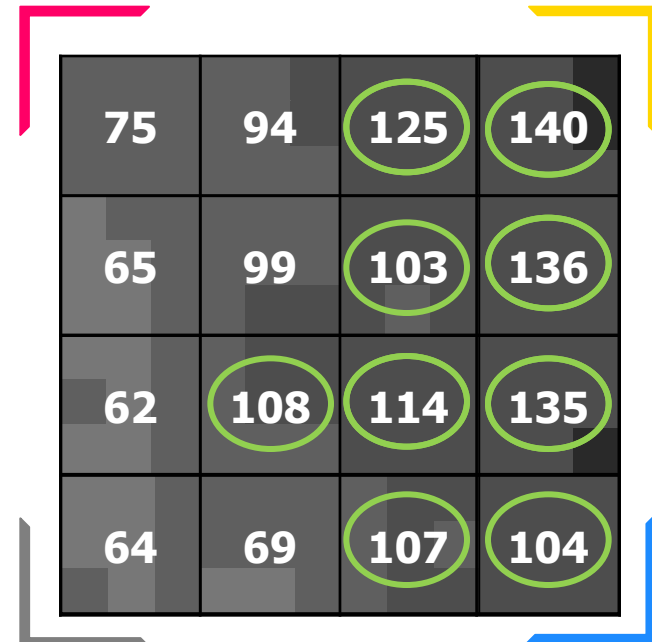


Totale utenti TV

44,3% utenti nel mese
sopra media (5973" nel mese)



55,6 % utenti nel mese
Sotto media (5973" nel mese)



Il posizionamento dei mezzi

LA TELEVISIONE



Utenti PayTv

22,5% Sopra media (468" nel mese)

99	90	102	111
67	67	130	157
91	76	119	136
62	58	135	108

Il posizionamento dei mezzi

LA TELEVISIONE



Utenti Sky

18,9% Sopra media (412" nel mese)

109	88	107	115
68	69	127	163
91	78	115	141
48	60	121	109

Utenti Mediaset Premium

7,6% Sopra media (157" nel mese)

62	83	64	90
68	80	106	107
93	115	117	132
144	45	178	119

Il posizionamento dei mezzi

LA STAMPA



STAMPA QUOTIDIANA

68,1% lettori nel mese

85	98	104	126
99	83	105	118
87	91	102	118
68	105	102	105

Il posizionamento dei mezzi

INTERNET



Totale utenti WEB

57,2% utenti nel mese medio

92	111	138	144
66	116	122	149
20	104	119	142
21	58	93	129

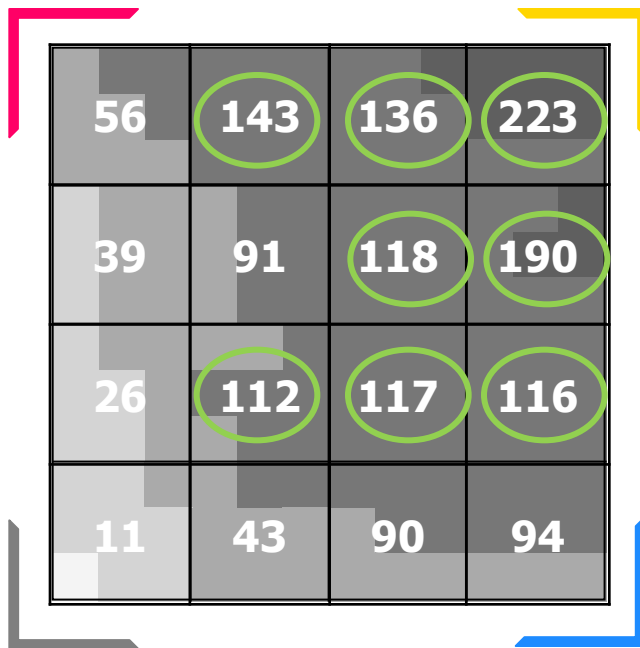
Il posizionamento dei mezzi

IL CINEMA E L'OUTDOOR



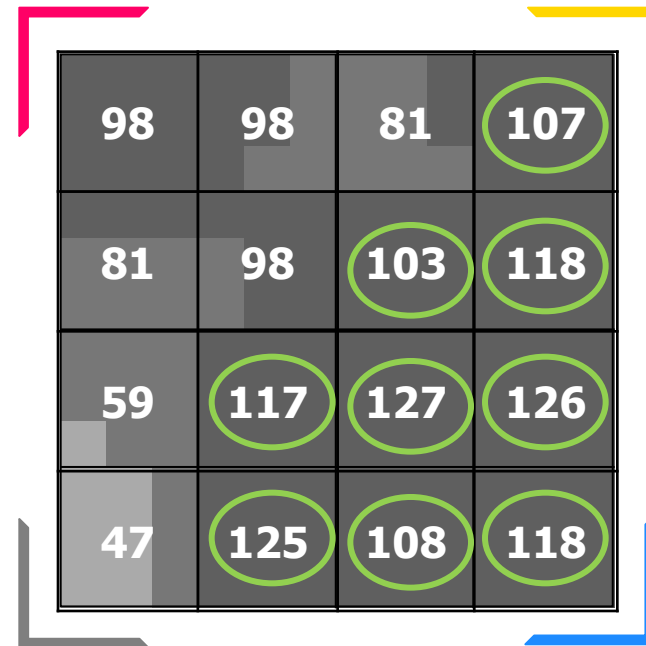
Totale spettatori CINEMA

11,7% utenti nel mese medio



OUTDOOR

34,6% Sopra media (2163" nel mese)



Le diverse anime della RADIO

Ascoltatori radio NAZIONALI VS LOCALI



RADIO NAZIONALI COMMERCIALI

76	116	137	146
39	102	134	151
20	90	129	148
16	58	107	138

RADIO RAI

43	61	73	127
59	57	77	174
64	106	113	158
86	148	110	116

RADIO LOCALI

91	108	117	114
73	106	120	119
52	105	120	119
47	88	107	121

Le diverse anime della RADIO

Ascoltatori radio NAZIONALI COMMERCIALI VS RADIO RAI



Le diverse anime della RADIO

Ascoltatori **ESCLUSIVI**



RADIO NAZIONALI COMMERCIALI

92	127	143	144
44	107	134	133
25	86	118	136
16	58	108	137

RADIO RAI

62	70	63	88
100	74	61	102
122	110	86	95
146	202	107	87

RADIO LOCALI

131	110	100	73
126	114	98	66
102	116	93	71
81	118	108	95

Le eccellenze territoriali

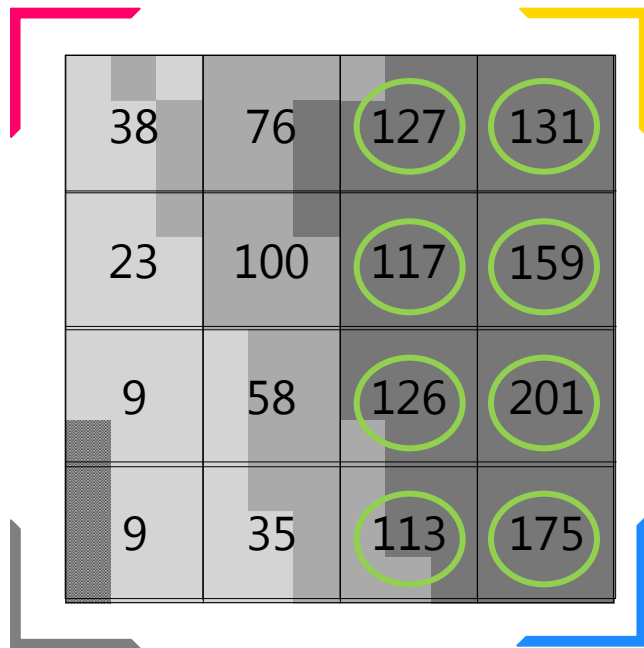
Il Nord Est

Radio nazionale o radio locale?



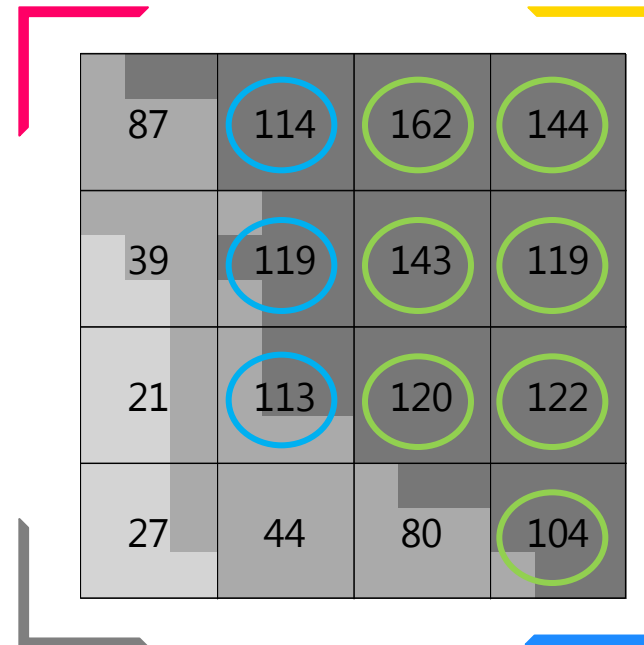
Ascoltatori di RADIO NAZIONALE

9,9% di ascoltatori nel Nord Est



Ascoltatori di DUE RADIO LOCALI

9% di ascoltatori nel Nord Est



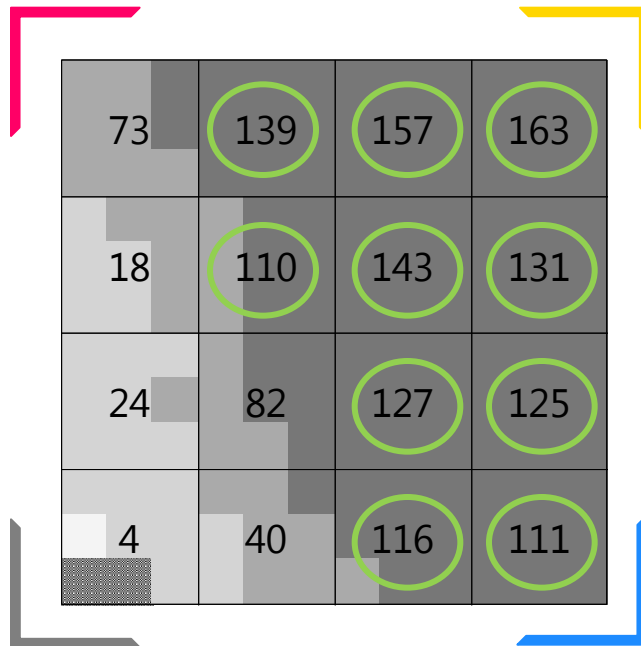
Il Centro

Radio nazionale o radio locale?



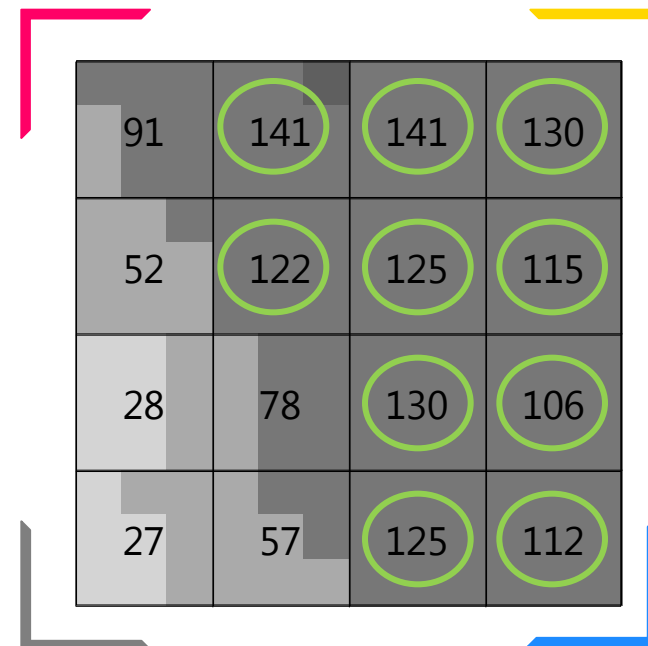
Ascoltatori RADIO NAZIONALE

12,3% di ascoltatori nel Centro



Ascoltatori di DUE RADIO LOCALI

15,4% di ascoltatori nel Centro



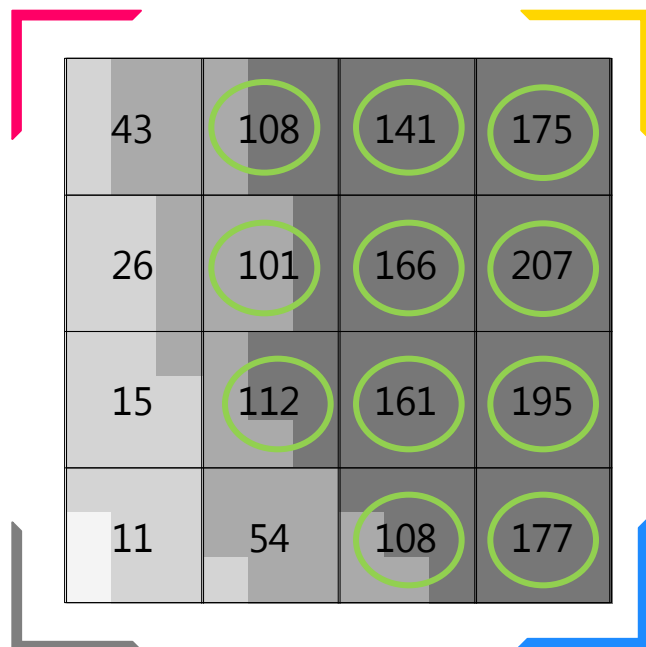
Il Sud e le Isole

Radio nazionale o radio locale?



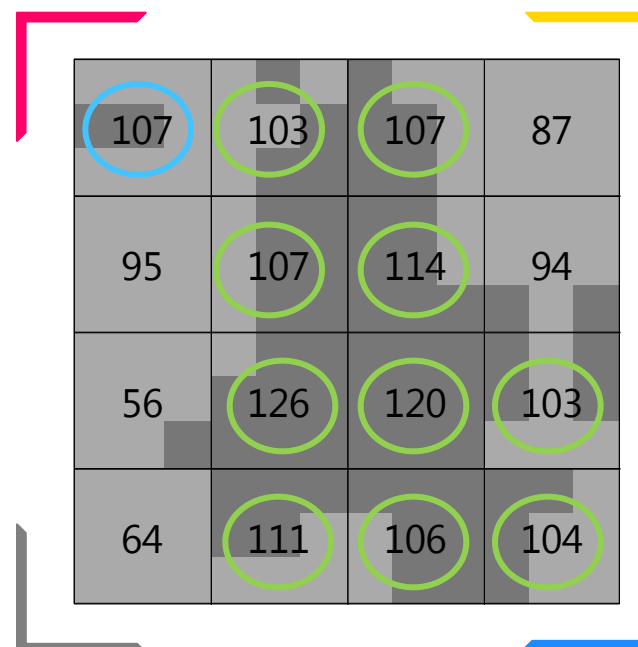
Ascoltatori RADIO NAZIONALE

7,4% di ascoltatori nel Sud e Isole



Ascoltatori di DUE RADIO LOCALI

7% di ascoltatori nel Sud e Isole



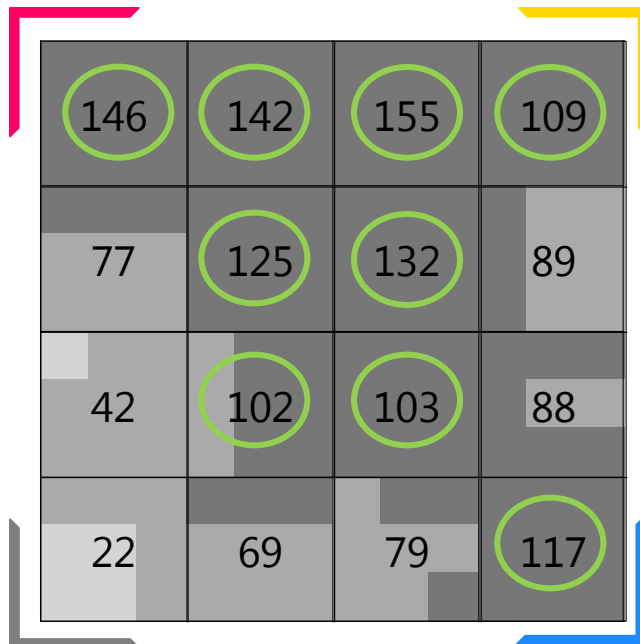
Il Nord Ovest

Radio nazionale o radio locale?



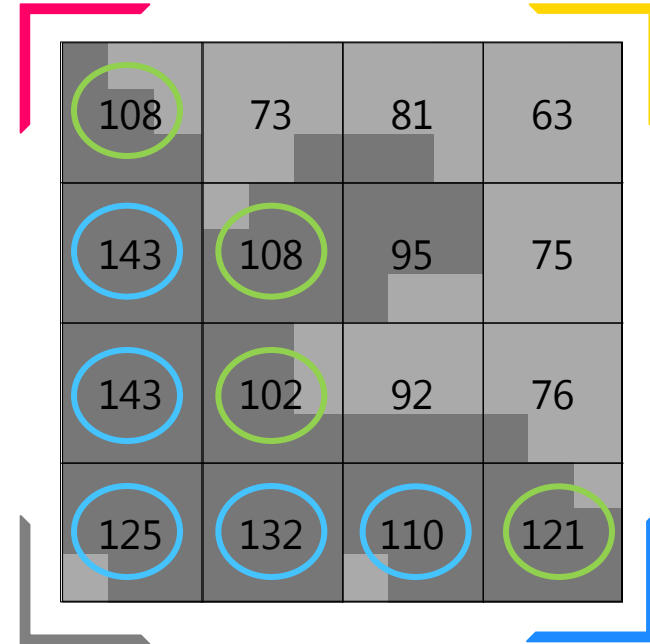
Ascoltatori di RADIO NAZIONALE

9,9% di ascoltatori nel Nord Ovest



Ascoltatori di DUE RADIO LOCALI

9,1% di ascoltatori nel Nord Ovest



In conclusione



- ✓ **La radio è un mezzo vivo, vitale, moderno. Ha tutte le caratteristiche per sopravvivere allo tsunami digitale**
- ✓ **La radio locale è in sintonia con i nuovi trend legati alla valorizzazione del territorio come esperienza ambientale e sociale.**
- ✓ **Dovendo affrontare la sfida di dovere di parlare a un pubblico dalle diverse anime: alte ed evolutive, ma anche tradizionali e conservatrici.**

In conclusione



- ✓ **Da un punto di vista pubblicitario può puntare a target diversi, ma ugualmente interessanti:**
 - ✚ **I target elevati, nella logica della crossmedialità**
 - ✚ **I target RA più tradizionali nella logica dell'ampliamento numerico e come (quasi unica) alternativa alla TV.**

Grazie

Giorgio Licastro

Media Measurement Managing Director

giorgio.licastro@gfk.com